

„Kuća meda“ i „Crnogorski med“ Idejno rješenje vizuelnog identiteta Projekta (eksplikacija i dizajn)

Dizajnersko rješenje korporativnog identiteta i ambalaže za „Crnogorski med“, generalno, počiva na principima personifikacije i simbolizacije.

Snažne konotacije koje izaziva **med** kao generički proizvod (snaga, dugovječnost, upućenost na prirodu, tradiciju, neograničeno trajanje...), neodoljivo podsjećaju na opteprihvaćenu (i u umjetnosti, i u sociologiji često korišćenu) antropološku percepciju Crnogorci i Crnogoraca kao kršnijih goršataka, snažnih i nepokornih, visokih i vitičkih, hrabrih i ponosnih, te – kako se u zapadnoevropskim i orijentalnim izvorima minulih vremena često navodi – „gizdavo obučenih“ u odjeću „od skerleta i kadife, nakruvijenih kap“.



U etnološkim odlikama Crne Gore narodna nošnja zauzima veoma izraženo mjesto, a razlozi takvoga uzražavanja proizlaze iz njenе istorijske uloge i estetskih kvaliteta. Brojni materijalni dokazi, arhivski izvori i narodna predanja veoma slikovito ukazuju na oblike ispoljavanja poštovanja Crnogoraca prema svojoj tradicionalnoj nošnji, a česti su zapisi o tome kako su se stranci čudili da jedan relativno siromašan svijet nosi tako skupocijenu i lijepu odjeću.

Svečana ili svitna crnogorska nošnja nastala je sredinom XV vijeka, kao nošnja dinastije Crnojević i njihove vlastele. Kada je došlo do organizovanja crnogorskog Principata i Vladikata i borbe za opstanak u slobodi, naslijede Crnojevića, naročito njihova nošnja, postaje izražen duhovni oslonac novoga sastavljanja zajednice i samopoistovjećivanja.*

*Više podataka o ovoj temi može se naći u tekstu Zorice Mrvaljević, „Crnogorska narodna nošnja“, (<http://www.montenegro-na.net/pages/pages1/antropologija>), u djelu „Ilustrovana istorija crnogorskoga naroda“ Radislava Rotkovića (2005) itd.



Rješenje za ambalažu proizvoda „Crnogorski med“ upravo ima za cilj da personifikuje ove antropološke i folklorne karakteristike s posebnim akcentom na ono što najupečatljivije ostaje u svijesti svakog posmatrača: na crnogorsku kapu (kao sublimaciju tradicionalnog dizajna, simbol identiteta i svojevrstan simbolički „krov“, kojim se štite i pojedinačni kolektivi, i lično i zajedničko), te na viktost i eleganciju.

Kapa, viktost i elegancija – klučne su riječi kojima se može opisati ovaj predlog rješenja za dizajn proizvoda. Dominantne boje, su, naravno: crvena, zlatna i crna.

A iz ovako zadatih kreativnih koordinata detaljno su izvedeni i svi ostali traženi elementi: znak i logotip „Kuće meda“, etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“, te dizajn cijelovite ambalaže kao najvažniji dio vizuelnog identiteta Projekta.



Pri izradi idejnog rješenja za logo i logotip „Kuće meda“ težili smo jednostavnosti, uočljivosti i lakom prepoznavanju simbola, koji, istovremeno, treba da ima i diskretnu polivalentnu semantičku strukuru.

Dominantni grafički simbol: čelija saća, najjednostavnije rečeno, identificiraju se kao „pčelinja kuća“ ili „pčelinji dom“; a gornji dio loga sa stilizacijom krova i poprečnim linijama koje istovremeno vizuelno simbolizuju djelove košnice, ali i spratove kuće, u potpunosti associra i na ljudski dom – tako da logo u cijelini, na jedan grafički jednostavan i simboličan način, ujedinjuje ove dvije komplementarne komponente ključne riječi „kuća“ iz naziva Projekta. Kap meda koja ističe iz čelije nosi sa sobom denotaciju generičkog proizvoda (meda), ali i jasne konotacije koje se tiču njegove istinske prirodnosti, odn. karakteristika originalnog prirodnog proizvoda „čistog kosa suza“.

Logotip je izведен iz osnove fonta Magneto Bold uz grafičko potenciranje slova **m**, s ciljem da u dizajnerskom smislu djeliće kao da je „ispisano medom“.

Kuća Meda



Logo i logotip „Kuće meda“
3D reklamna tabla

Kuća *Meda*

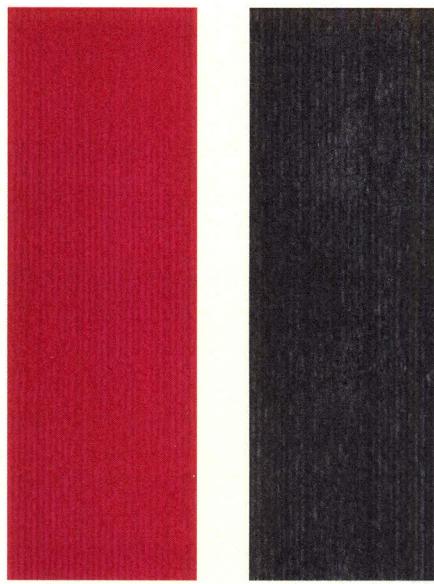
Kuća *Meda*

Kuća *Meda*

Kuća  *Meda*

Kuća  *Meda*

Kuća  *Meda*



Logo i logotip „Kuće meda“
Različite dimenzije i varijacije upotrebe



Logo i logotip „Kuce meda“
Vizit karte



Logo i logotip „Kuće meda“ Fascikla

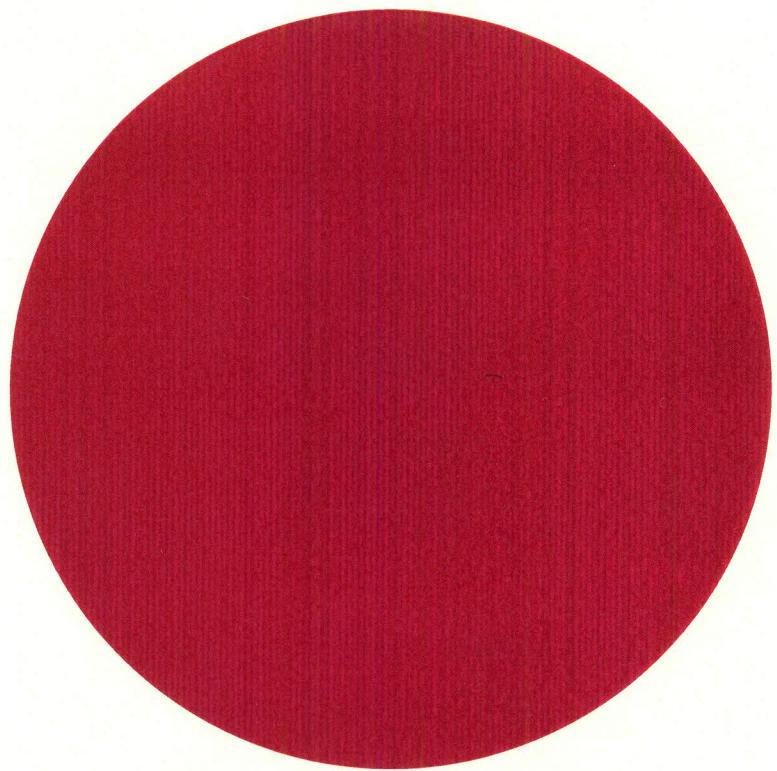
Etiketa poklopca proizvoda sadrži logo „Kuće meda“, logo (logotip) brenda „Crnogorski med“ i propratne stilizovane grafičke elemente s tradicionalne crnogorske nošnje koje su tokom prethodnih šest vijekova redovno bivale izvezene zlatnim žicama; uz istovremenu dodatnu asocijaciju na herbalnu ikonografiju i pčelarsku tradiciju (kao simbole direktnog kontakta s prirodom).

Ispis je zlatan, pozadina crvena, boja poklopca je crna – sve je izvedeno tako da objema glavnim ciljnim grupama (domaćim potrošačima i inostranoj klijenteli, bilo da je riječ o prodaji na domaćem tržistu u sferi turizma ili o prodaji u inostranstvu u okviru izvozne ponude koju nudi naša zemlja) odmah privuče pažnju isticanjem osnovnog identitetskog simbola: crnogorske kape.

Crnogorski Med



Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
Etiketa poklopca



Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
Etiketa poklopca - tehnički opis

- Crna
- Crvena
- Zlatni otisak

Dominantan element prednje strane etikete je logo (logotip) brenda „Crnogorski med“, dat uz propratne obavezne osnovne informacije o proizvodu. Logo je sveden na upotrebu logotipa da bi se dobio na eleganciji koja je i ovdje izvezena u dominantnim bojama projekta (crnoj, crvenoj i diskretno zlatnoj), imajući u vidu da će providna osnova etikete dovesti do toga da se istakne žuto-zlatna boja meda, koja, pak, u ovom slučaju, ima i idealnu funkciju prirodne grafičke pozadine dizajna proizvoda.



Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
Prednja strana etikete

Poledina etikete će sadržati obavezne podatke u skladu s „Pravilnikom o deklarisanju i označavanju upakovanih proizvoda“ (u primjeru je dat samo adekvatan izgled, ali ne i sadržaj teksta). Ipak, ono što je u idejnom i dizajnerskom smislu najvažnije je činjenica da etiketa na polđini nosi grafičko sugerisanje strukturiranog oblika karakteristične crnogorske dolame i da u samom tkuvi čvrsto uvezanog teksta sadri diskretan, ali upečatljiv stilizovani element veza s crnogorske narodne nošnje.

Sastavni dio poledine etikete je i sigurnosna traka koja predstavlja simbolizirana kapljicu meda s ključnom porukom sloganског karaktera („100% originalni dar prirode“) u konzistentnoj dizajnerskoj izvedbi.



Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
Poledina etikete

ORIGINALNI DAR
PRODJE
100%

Crnogorski Šumski Med

Proizvod iz Crne Gore

Nature's Energy Booster

The benefits of honey go beyond its great taste. A great natural source of carbohydrates which provide strength and energy to our bodies, honey is known for its effectiveness in instantly boosting the performance, endurance and reduce muscle fatigue of athletes. Its natural sugars play an important role in preventing fatigue during exercise. The glucose in honey is absorbed by the body quickly and gives an immediate energy boost, while the fructose is absorbed more slowly providing sustained energy. It is known that honey has also been found to keep levels of blood sugar fairly constant compared to other types of sugar. So, to experience those health benefits of honey, here are a few tips for you:



Known that honey has also been found to keep levels of blood sugar fairly constant compared to other types of sugar. So, to experience those health benefits of honey, here are a few tips for you:



Proizvod iz Crne Gore

Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
Prednja strana i poledina etikete - tehnički opis

Panton Crna
Panton Crvena
Zlatni otisk

Crnogorski Med

Crnogorski Med

Crnogorski Med



Crnogorski Med

Crnogorski Med

Crnogorski Med

Crnogorski Šumski Med

Crnogorski Šumski Med

Crnogorski Šumski Med

Crnogorski Linadaki Med

Crnogorski Linadaki Med

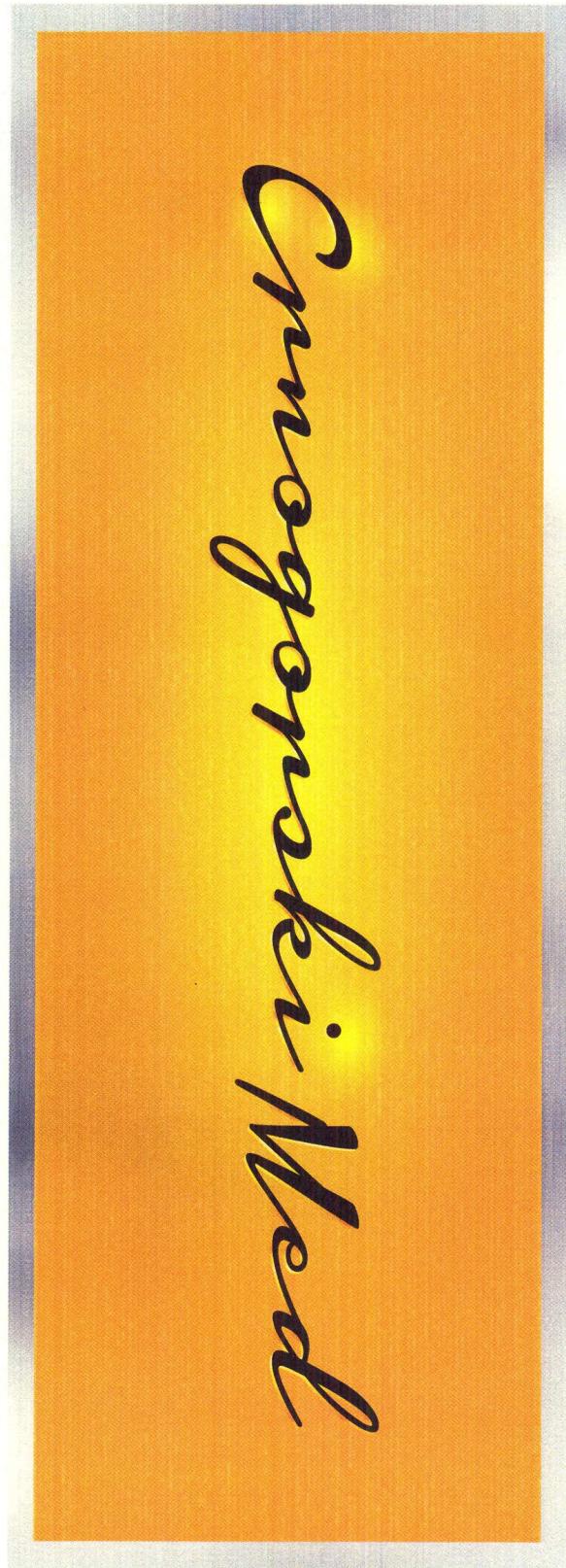
Crnogorski Linadaki Med

Crnogorski Cvjetni Med

Crnogorski Cvjetni Med

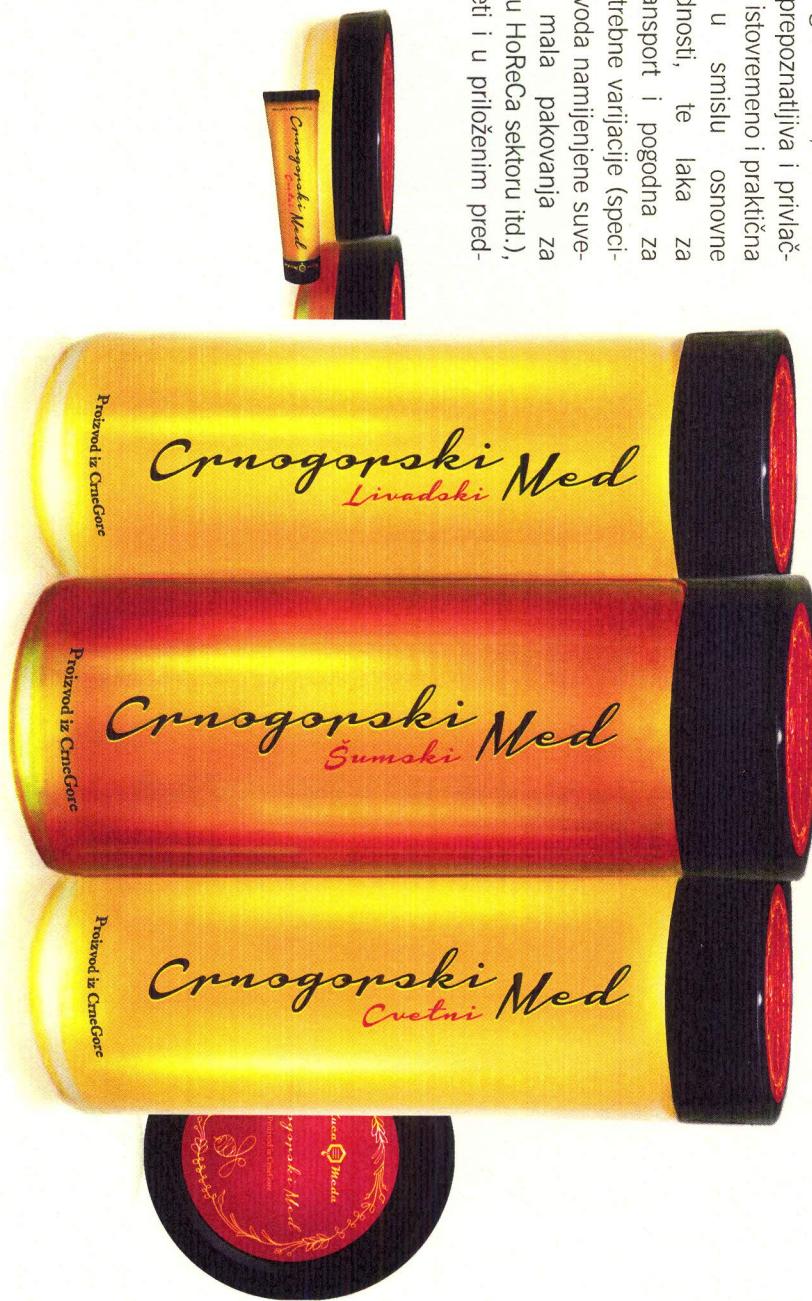
Crnogorski Cvjetni Med

Eтикета производа и лого „Crnogorskog meda“
Različite dimenzije i varijacije upotrebe

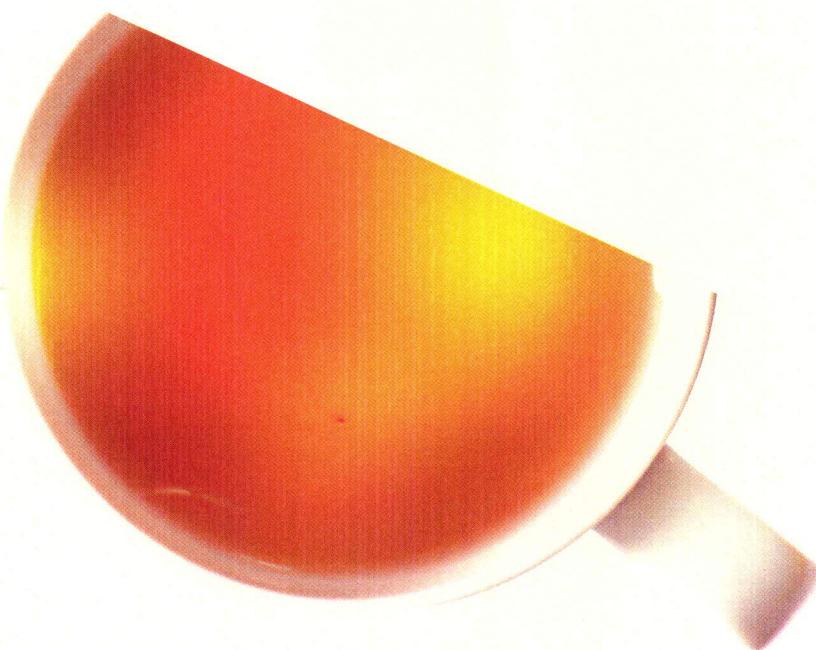


Etiketa proizvoda i logo „Crnogorskog meda“
3D reklamna tabla

Ambalaža je stilski elegantna, sugestivna u pogledu vizuelnog identiteta, biće vizuelno upečatljiva, prepoznatljiva i privlačna na polici; ali je istovremeno i praktična i jednostavna u smislu osnovne upotrebe vrijednosti, te laka za skladишtenje i transport i pogodna za razne srodne upotrebe varijacije (specijalne verzije proizvoda namijenjene suvinski prodati, mala pakovanja za zasladišvanje čaia u HoReCa sektoru itd.), što se može vidjeti i u priloženim predlog rješenjima.



Dizajn cijelovite ambalaže



Dizajn cjelovite ambalaže
Malo pakovanje za zasladijanje čaja u HoReCa sektoru



Dizajn cijelovite ambalaže
Specijalna verzija proizvoda namijenjena suvenirskoj prodaji

Razlog zbog kojeg smo odlučili da dizajner-sko rješenje ambalaže za „Crnogorski med“ mora, generalno, počivati na principima personifikacije i simbolizacije je u tome što su Crnogorce i Crnogorci oduvijek njegovali kult prema lijepom. Oduvijek su poštovali svoje tradicionalne vrijednosti, poštjuju ih i danas, ali su zadržali i prefinjeni ukus za moderno i elegantno, zbog čega smo i riješili da u dizajnu izbjegnemo svaku vrstu nagomilavanja, na tžisušu danas toliko često prisutnih, suvišnih ruralnih motiva (kao što su tekstilni ili papirni prekrivači poklopca uvezani kanapom i sl.).

Jednostavno, smatramo da je upravo ovako dizajnersko i konceptualno rješenje za promociju jednog upečatljivog crnogorskog proizvoda – i pravi odraz crnogorskog mentaliteta.



Zaključak